

LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

Analyses des interactions verbales

浙江省哲学社会科学规划课题成果

跨文化商务洽谈 ①② 话语互动研究

吴永琴 著 |

LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

Analyses des interactions verbales

浙江省哲学社会科学规划课题成果

跨文化商务谈判的
话语互动研究 书章 吴永琴 著

外语教学与研究出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

跨文化商务洽谈中的话语互动研究 = La négociation commerciale analyses des interactions verbales / 吴永琴著. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2006. 4

ISBN 7-5600-5533-8

I. 跨… II. 吴… III. 国际贸易—贸易谈判—语言学—对比研究—中国、法国—法文 IV. H0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 035251 号

出 版 人: 李朋义

责任编辑: 刘帅锋

封面设计: 袁 璐

出版发行: 外语教学与研究出版社

社 址: 北京市西三环北路 19 号 (100089)

网 址: <http://www.fltrp.com>

印 刷: 北京京科印刷有限公司

开 本: 787×965 1/16

印 张: 25.75

版 次: 2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5600-5533-8

定 价: 36.00 元

* * *

如有印刷、装订质量问题出版社负责调换

制售盗版必究 举报查实奖励

版权保护办公室举报电话: (010)88817519

前言

中国实行改革开放政策以来,外国人对中国和中国市场的兴趣越来越浓厚;中国加入 WTO 之后,与其他国家的商务交往也日趋频繁。对跨文化商务洽谈领域进行语言文化研究,有助于推动语言学与经贸学科之间的渗透,也有助于促进中外商人之间的了解和沟通,同时对外语教学也有着积极的开拓意义。但由于采集语料相对困难,目前涉足该领域的语言学学者较少,因此商务洽谈中的口语交际研究无论是在国内还是在国际上都是一个有待开发的课题。作者从 1995 年开始为学生讲授商务法语课程,两年后又增加了商务洽谈课。由于教学和科研的需要,作者对商务谈判问题一直比较关注,努力搜集有关著作、论文、媒体的文章以及无处不在的广告中出现的信
息,积累素材。作者也多次以翻译的身份直接参与中法公司或企业之间的跨文化商务洽谈,对谈判双方的言行举止、谈判策略以及双方的说理论证方法、如何处理敏感话题(如价格)等有近距离的观察和分析。本书的形成正是建立在积累素材和探究商务谈判过程的基础上。

本书以话语互动的理论框架为基础,对中国和法国的商务洽谈语料进行分析研究,探索话语互动理论在商务洽谈中的特点以及如何将这些理论再使用到商务洽谈的实践中去。作者以为,商务洽谈中的说理论证、礼貌语言以及交际使用的语气词和调节词等,都是谈判者运用策略的体现。尤其是说理论证问题,商务交际中卖方的营销论据(*arguments*)和买方的反驳(*contre-arguments*)总是针锋相对的,正式的商务谈判更是如此。据语料分析,法国商人习惯使用 Christian Plantin 和 Patrick Charaudeau 的理论框架:“因为……所以……”。中国商人除了使用类似的技巧以外,还有语言之外的说理方式,如本书第二场语料两位中国商人的谈判中就出现了这样的一幕:一方谈判者当着对方的面打电话询问原料价格的情况,让其参与了解己方的商业秘密和原料信息,进而让对方自己说服自己接受已经提出的价格。事实证明这种说理论证方式很奏效,该谈判者使

对方很快被说服，也赢得了其信任，为日后的交往奠定了互信基础。另外，副语言（如说话的节奏、语调）、非语言成分（如衣着、面部表情、体态语言）和文化因素，在每场商务洽谈中的作用也不容低估，它们是进行口语语用分析时很有研究价值的素材。作者对以上这些成分都分别进行了比较详尽的分析和探讨。书的最后，作者提出采用法国教育学家 Christian Puren 的“兼容（*éclectisme*）”理念来处理学科交叉问题，将商务洽谈课的教学与法语语言课有机结合，并对这门课程提出了建设性的教学思路和建议。

本课题研究过程中得到法国驻华使馆文化科技合作处、法国驻上海总领事馆文化教育处、浙江省哲学社会科学规划办公室、浙江大学人文社科处、浙江大学外国语言文化与国际交流学院等机构和部门的关心支持，在此表示衷心感谢。

由于作者水平有限，书中错误和不当之处在所难免，恳请专家和同行赐正。如果拙著能对有兴趣的读者有所帮助，将不胜欣慰。

作者

2006 年 2 月于杭州

Introduction

Depuis les années 80 du XX^e siècle, la Chine s'ouvre au marché mondial. Elle pratique la nouvelle « économie socialiste de marché » depuis 1992. En effet, la Chine est devenue un objet de recherche et surtout un immense marché à conquérir pour des économies qui cherchent à se mondialiser. Sous la plume des experts économiques, la Chine est qualifiée de surnoms tels que « nouveau géant économique » (J. François-Poncet, 1995) et « le monde des affaires » (K. Vorapheth, 1997).

Afin d'illustrer le développement et la prospérité de la Chine, je présente ci-après des chiffres officiels, tirés du site Internet du *Quotidien du Peuple*, journal de Chine :

LONG Yongtu, vice-ministre chinois du Commerce extérieur et de la Coopération économique, a déclaré le 20 décembre 2002 à Beijing que « dans les 20 à 30 ans à venir, la Chine deviendra le pays d'investissement idéal grâce à sa main-d'œuvre bon marché et qualifiée » (*Le Quotidien du Peuple* 23/12/2002). « Le volume des importations et des exportations de Chine triplera pour atteindre 2 000 milliards de dollars en 2020 » (*ibid.* 25/12/2002). « Le commerce extérieur de Chine atteint 620 milliards de dollars en 2002, soit 30 fois environ celui d'il y a 24 ans, époque où la Chine commençait à appliquer la politique de réforme et d'ouverture sur l'extérieur », a déclaré ZHU Zhixin, directeur du Bureau d'Etat des Statistiques (*ibid.* 02/01/2003).

Tous ces chiffres montrent que l'économie de la Chine se trouve en voie de développement et que la situation du commerce extérieur chinois s'améliore régulièrement. Grâce à ses efforts, la Chine se dresse parmi les puissances économiques du monde. Le monde ne la regarde plus comme auparavant, en témoignent également les grandes manifestations mondiales qui auront lieu en Chine, telles que les Jeux Olympiques de 2008 à Beijing ou l'Exposition Internationale de 2010 à Shanghai.

Se trouvant dans une telle situation, la société chinoise a donc besoin d'un grand nombre de professionnels dans tous les domaines, dont des hommes d'affaires actifs. La compétence des hommes d'affaires de notre époque se valide par une bonne formation en langue(s) étrangère(s) et une compétence professionnelle. L'objet de ce livre consiste donc à **rechercher des traits spécifiques de l'interaction verbale dans la négociation commerciale et la possibilité pour une utilisation des éléments issus de l'interaction verbale dans la négociation commerciale.**

Les recherches linguistiques dans le domaine commercial restent lacunaires en Chine. J'ai également fait des enquêtes en France. En guise d'état des lieux, les ouvrages utiles sont : *Stratégies d'argumentation et de politesse dans les conversations d'affaires* (C. Thomsen, 2000), *Perspectives interculturelles sur l'interaction* (V. Traverso 2000) et « Interactions ordinaires dans les petits commerces : éléments pour une comparaison interculturelle » in *Langage et société* N° 95 : 5-31 (V. Traverso, 2001). En effet, il est bien difficile de recueillir des corpus dans ce domaine. C'est sans doute la cause pour laquelle on n'a, dans les travaux cités ci-dessus, que des enregistrements d'entretiens téléphoniques (celui de C. Thomsen) ou des fragments de dialogues enregistrés dans des boutiques au moment du déroulement des transactions (celui de V. Traverso 2000, 2001). J'ai également lu une thèse intitulée *Cohérence dans le discours économique* (Nguyen Thi Ngoc Suong, 2000), le corpus de cette dernière est recueilli dans la presse écrite (économie textuelle). Le fait que les ouvrages français de cette approche soient peu nombreux et que le corpus difficile de recueillir explique pourquoi peu de chercheurs francophones en sciences du langage abordent le domaine des affaires et encore moins le domaine de la négociation commerciale.

Dans le cadre mondial pourtant, c'est quand même un domaine de recherche en expansion, en témoignent surtout les ouvrages en anglais : *The Discourse of Business Negotiation* (Ehlich Konrad & Wagner Johannes, 1995), *The Discourse of Negotiation : Studies of Language in the Workplace* (Firth Alain, 1995), *Communication in business and Technology. Psycholinguistic theory to International Practice* (Ulijn Jan & Strother Judith B., 1995), *The Language of Business. An International Perspective* (F. Bargiela-Chiappini & S. Harris, 1997), *The Cultural Context in Business Communication* (S. Niemeier et al., 1998), *The discourse of Business Negotiations* (K. Ehlich & J. Wagner, 1999).

Je me suis intéressée à des éléments théoriques issus de l'interaction verbale tout en pratiquant l'enseignement de la « négociation commerciale ». Dans le cadre de la profession, la double orientation m'amène à réfléchir à des thèmes plus concrets, origine de la problématique de cette recherche : **Quels sont les éléments de l'interaction verbale mis en œuvre dans la négociation commerciale ? Comment les utiliser au mieux dans la formation des étudiants LNN (locuteur non natif) à cette pratique ?**

Je pars d'hypothèses qui prennent appui sur des concepts opératoires empruntés à la théorie de l'interaction verbale. J'ai choisi le modèle de C. Kerbrat-Orecchioni tout en empruntant les éléments théoriques des autres spécialistes.

Dans la théorie concernant les stratégies de la négociation commerciale, A. Jolibert (1988) signale deux stratégies principales : La première est dite **coopérative** ou encore représentative, intégrative, du type « résolution de problème ». La seconde est baptisée **conflictuelle**, d'opposition, distributive (1988 : 37).

Ch. Dupont, lui, fait une distinction entre les orientations de la négociation : **orientation intégrative** et **orientation distributive** (1982 : 42). D'après lui, dans une négociation quelconque, il existe toujours deux orientations : **coopérative** et **conflictuelle**.

C. Kerbrat-Orecchioni a indiqué que la « négociation interactionnelle peut se dérouler de façon **paisible** ou **conflictuelle**, courtoise ou agressive » (1990 : 134). Selon l'auteur, les *actes communicatifs* « au lieu d'être rapportés à la seule intention du locuteur, doivent être envisagés comme le produit d'une **collaboration active**, et parfois **conflictuelle**, entre les interactants » (1997 : 35).

Un point essentiel à prendre en compte dans l'ensemble des analyses est la division en deux grandes orientations de toute négociation. Dans l'étude des éléments théoriques issus de l'interaction verbale, je rechercherai à savoir s'il est possible d'adapter ces éléments théoriques à la pratique de la négociation commerciale. J'essayerai de démontrer que ces éléments issus de l'interaction verbale peuvent être utilisés dans la négociation commerciale et qu'un rapprochement, sur le plan didactique des deux disciplines, est possible.

Sur le plan de l'étude des éléments pratiques, je me suis inspirée de l'ouvrage de George Sapy : *Communiquer avec les Chinois : Clés pour réussir vos négociations* (2003). J'envisagerai la planification de la

négociation commerciale (Jolibert 1988 : 5) et les stratégies de guerre de SUN Zi (général dans l'histoire de la Chine, cf. Chap.3, § 1.3.), afin de rechercher des traits communs entre les théories de ces deux stratégies, appartenant à deux cultures très différentes et à deux époques éloignées, pour enfin savoir si les stratégies de SUN Zi sont praticables dans la négociation commerciale.

En ce qui concerne des termes techniques pour désigner le terrain de recherche, j'utilise, selon le cas, **les affaires** ou **le commerce**. Le premier comprend un sens plus vaste, mais plus à la mode et plus soutenu (les affaires d'Etat, par exemple, les affaires diplomatiques, et bien entendu les affaires commerciales). Le second possède un sens plus étroit, concret et direct. Citons les définitions du terme « commerce » du dictionnaire *Trésor de la Langue Française* (1977) : « A) Activité qui consiste à échanger, ou à vendre et acheter, des marchandises, produits, valeurs, etc. B) Activité, profession de celui qui achète et revend dans un but lucratif. » (*T.L.F.* Tome 5). Ces deux termes, je les considère comme synonymes et je les utilise alternativement dans ce travail.

Le premier objectif de ce livre consiste à spécifier la notion de l'interaction verbale et aussi quelques autres notions concernées dans cette étude.

Le deuxième objectif est de caractériser la négociation commerciale (ou les échanges des activités commerciales).

Le troisième objectif est de rechercher un lien entre l'interaction verbale et la négociation commerciale. Du point de vue didactique, de proposer quelques stratégies issues de la pratique de l'interaction verbale dans le cours de « négociation commerciale ».

Pour atteindre les objectifs ainsi établis, je développe ce travail à travers quatre parties. En raison de mon identité et de ma profession, les éléments culturels interviendront dans tous les chapitres de ce livre. Selon les spécificités du terrain de recherche, la constitution de cette étude est la suivante :

Dans la première partie, j'aborde la théorie de l'interaction verbale et la présentation du corpus.

La deuxième et la troisième parties sont le tronc principal de mon travail, elles sont consacrées à l'étude des éléments verbaux, paraverbaux et non verbaux présents dans les quatre séances du corpus.

J'étudie la question de la didactique dans la quatrième partie.

Le chapitre 1 est consacré à l'étude de l'interaction verbale, qui est basée sur les travaux de C. Kerbrat-Orecchioni (1990, 1992, 1994) et ceux de R. Vion (1992). Dans ce chapitre sont concentrés les éléments théoriques de l'interaction verbale et la méthodologie de ce travail de recherche. Les études de la négociation commerciale venant de chez les spécialistes de ce domaine, comme les travaux de Ch. Dupont, de A. Jolibert (stratégies ou tactiques dans la négociation par exemple) sont étudiées parallèlement dans ce chapitre.

La présentation du corpus se réalise tout de suite dans le chapitre 2, pour que l'analyse du corpus puisse intervenir dans le chapitre suivant. Le corpus est composé de quatre séances de négociation et d'une enquête. Le travail du recueil du corpus a duré plus de cinq ans (de 1998 à 2002). La séance 1 est une simulation que j'ai enregistrée en 1998 à l'ESC du Havre à l'occasion d'un Concours national de ventes (le protagoniste est un apprenant spécialisé, locuteur natif). Il est considéré comme quasi-authentique dans l'analyse. La séance 2 est enregistrée en Chine en 1999, il s'agit d'un document authentique, la version française est traduite du chinois par l'auteur de ce travail. Les séances 3 et 4 sont aussi des simulations, les protagonistes sont des apprenants non spécialisés, locuteurs non natifs (enregistrés, en 2002, dans le cours de « négociation commerciale » en Chine). J'ai également fait une enquête par questionnaires, dont le but est d'obtenir des données de recherche sur le comportement des hommes d'affaires de différentes cultures.

La deuxième partie concerne l'étude des stratégies et l'utilisation des éléments verbaux dans la négociation. Dans cette partie, j'étudie d'abord les questions de stratégie et de prix, parce que le prix est le point « chaud » dans la négociation commerciale. Les analyses sont conduites à partir des ouvrages de O. Ducrot, de Ch. Plantin et ceux de J. Moeschler. L'argumentation est l'une des manières cruciales dans la négociation, les arguments du négociateur révèlent les stratégies qu'il utilise dans l'interaction. La politesse y joue aussi un rôle très important, elle est omniprésente dans toute négociation commerciale. Pourtant les critères de politesse varient selon chaque culture, il est donc nécessaire de faire des analyses contrastives dans cette dimension. Les éléments verbaux se rapportent à l'argumentation et à la politesse, ils comprennent en même temps les phatiques et les signes d'écoute ; l'analyse de ces éléments du corpus se déroule afin de mettre en évidence l'utilisation des éléments issus de l'interaction verbale dans la pratique de la négociation commerciale.

Les éléments paraverbaux et non verbaux ne sont pas négligeables dans la négociation. Pour ce fait, la troisième partie est consacrée à leur analyse. Les éléments paraverbaux (prosodiques) sont : matériel vocal, débit, ton, silence et chevauchement ; les éléments non verbaux : distance et proximité, rapport de place, signaux statiques et kinésiques. J'ai choisi de commencer par les éléments verbaux, ensuite les éléments paraverbaux et à la fin, les éléments non verbaux et / ou culturels. Etant donné que les éléments non verbaux et culturels fonctionnent en symbiose, ces derniers sont étudiés dans cette même partie.

Le chapitre 9 est spécialement réservé à l'analyse des **éléments interculturels**. Les études de ce chapitre s'appuient sur le corpus de questionnaires d'enquête. J'y étudie le comportement des hommes d'affaires de différentes cultures selon les opinions données par les enquêtés français et chinois. Ces derniers sont des hommes d'affaires. Ils travaillent en collaboration avec des confrères de divers pays. Des analyses contrastives entre différentes cultures sont également effectuées dans ce chapitre.

Les éléments qui viennent d'être cités me semblent tous très utiles dans les analyses de la négociation. Mais j'ouvre également diverses pistes de recherche dans ce terrain « jeune », en espérant que cette étude sera profitable à de futures investigations plus approfondies dans ce domaine.

Le corpus « multicolore » permet d'effectuer des analyses dans diverses dimensions. Les analyses contrastives s'effectuent sous différents angles, tels que corpus français *vs* corpus chinois (la séance 1 *vs* 2) ; documents authentiques *vs* simulations ; apprenants spécialisés *vs* apprenants non spécialisés ; LN (locuteur natif) *vs* LNN (locuteur non natif).

Tenant compte des spécificités de ce corpus venant du domaine commercial, j'adopte dans l'analyse, la manière alternative : linguistique et commerciale. C'est-à-dire que je travaille sur un terrain un peu croisé.

Les études analytiques se déroulent dans deux directions : a) analyse de l'interaction verbale au sein des séances ; b) analyse comparative entre les séances.

Les **éléments interculturels** sont très importants dans un livre comme celui-ci rédigé en langue étrangère. Ils interviennent donc tout au long de cette étude. Les analyses contrastives interculturelles s'effectuent entre les deux premières séances du corpus, parce qu'elles sont riches en éléments interactionnels qui permettent de faire des analyses fécondes dans cette dimension.

Les deux dernières séances ont surtout une valeur sur le plan **didactique**. L'étude de ces deux séances met à jour les insuffisances de nos apprenants. Les analyses contrastives permettent de constater les différences de compétence dans la pratique de la négociation commerciale entre les étudiants spécialisés et les étudiants non spécialisés, entre les locuteurs natifs et les locuteurs non natifs. Ceci serait non inutile dans la constitution des propositions didactiques du cours de « négociation commerciale ».

En effet, en tant qu'enseignante de français, j'aimerais associer les recherches et l'enseignement. J'ai pour objectif d'utiliser les résultats des recherches dans la pratique d'enseignement / apprentissage, se pose alors la question du passage de la théorie à la pratique.

Afin de trouver une réponse à cette question, nous étudions, dans la quatrième partie, les éléments pédagogiques. En empruntant à la théorie de l'éclectisme de Ch. Puren, j'essaie d'effectuer une conciliation par l'enseignement / apprentissage, entre la théorie de l'interaction verbale et la pratique professionnelle commerciale.

Sur le plan didactique, il est nécessaire d'étudier l'état actuel de l'enseignement de langue du français en Chine et de celui du cours de « négociation commerciale ». Comme j'ai mentionné plus haut, les séances 3 et 4 du corpus sont des simulations, produites par les étudiants chinois, négociateurs-apprenants non spécialisés et locuteurs non natifs. Les études de ces deux corpus permettront de faire des comparaisons et de révéler les limites et les insuffisances de nos apprenants, reflets du système pédagogique et de la méthode d'enseignement.

A partir des résultats tirés des analyses du corpus, je présente quelques propositions didactiques sur différents plans : matière pédagogique, formation des formateurs, pratique de l'éclectisme dans la didactique du cours de « négociation commerciale ».

Table des matières

Introduction	1
---------------------	---

Première partie

Cadre théorique et méthodologique

Chapitre 1 L'interaction et ses unités

1. L'interaction et l'interaction verbale	2
2. Négociation, entretien et transaction	8
3. Les unités de l'interaction	15
4. Les éléments verbaux	23
5. Synthèse du chapitre	28

Chapitre 2 Constitution du corpus

1. Difficultés méthodologiques	30
2. Présentation du corpus	32
3. Synthèse du chapitre	40

Conclusion partielle	41
----------------------	----

Deuxième partie

Stratégies : argumentation, politesse ou éléments verbaux

Chapitre 3 Stratégies et le prix dans la négociation

1. Quelques définitions et conceptions sur la notion de stratégie	44
2. Les stratégies dans les activités commerciales	50
3. Le prix, « point chaud »	53

4. Les cycles négociatifs et le prix dans les séances 3 et 4 du corpus	77
5. Synthèse du chapitre	82

Chapitre 4 L'argumentation et la négociation

1. Définitions et conceptions de la notion	85
2. L'argumentation en pratique	90
3. Argument, conclusion et topos	94
4. Les connecteurs dans l'argumentation	110
5. Synthèse du chapitre	123

Chapitre 5 La politesse et la négociation

1. La politesse	125
2. La politesse dans les activités commerciales	131
3. La politesse en Chine	135
4. Comparaisons des conceptions française et chinoise	141
5. Analyse du corpus : la politesse dans la négociation commerciale	145
6. Synthèse du chapitre	159

Chapitre 6 Les phatiques et régulateurs dans la négociation

1. Les phatiques du locuteur	163
2. Les régulateurs du récepteur	173
3. Synthèse du chapitre	193

Conclusion partielle	195
----------------------------	-----

Troisième Partie

Éléments paraverbaux, non verbaux et culturels

Chapitre 7 Les éléments prosodiques ou paraverbaux

1. Les éléments prosodiques ou paraverbaux	199
2. Quelques marqueurs prosodiques	208
3. Synthèse du chapitre	226

Chapitre 8 Éléments non verbaux et paraverbaux

1. Quelques définitions.....	228
2. Les éléments non verbaux	230
3. Analyse des éléments du corpus.....	246
4. Synthèse du chapitre	262

Chapitre 9 Éléments culturels dans les affaires

1. Présentation du corpus culturel	265
2. L'honnêteté et la confiance	267
3. La communication entre les hommes d'affaires	274
4. Présentation d'autres données culturelles	283
5. Quelques remarques générales sur la culture	289
6. Synthèse du chapitre	298

Conclusion partielle	300
----------------------------	-----

Quatrième partie Enjeux didactiques

Chapitre 10 Enjeux didactiques

1. Les besoins de la société	303
2. L'enseignement du FLE à l'université en Chine	304
3. Le cours de « français des affaires » dans l'enseignement.....	310
4. Réflexions et perspectives didactiques	316
5. Synthèse du chapitre	328

Conclusion générale.....	331
--------------------------	-----

Bibliographie.....	337
---------------------------	------------

Annexes

Séance 1 du Corpus.....	349
Séance 2 du Corpus.....	367
Séance 3 du Corpus.....	384
Séance 4 du Corpus.....	391

Première partie

Cadre théorique et méthodologique

Chapitre 1

L'interaction et ses unités

Qu'est-ce qu'une **interaction** et quelles sont **ses unités** ? Dans ce premier chapitre, je vais tout d'abord présenter un ensemble de définitions de cette approche.

Il faut distinguer l'interaction et l'interaction verbale. Et pourtant comme l'interaction remplace souvent l'interaction verbale dans l'analyse du discours, je présenterai (*cf.* 1.2.1.) l'**interaction** et l'**interaction verbale** dans un même paragraphe. Puisque l'interaction se déroule surtout entre deux personnes ou d'une façon plus générale entre deux parties, je présenterai d'abord le fonctionnement du **dialogue** (*cf.* 1.2.2.). Comme ce travail est centré sur la négociation commerciale, je distinguerai tout d'abord (*cf.* 2.1.) la **négociation générale**, puis j'aborderai le concept de **négociation commerciale**. Je présenterai également (*cf.* 2.2.) l'**entretien de vente** et la **transaction**...

Pour les unités de l'interaction, je présenterai (*cf.* 3.) la **séquence**, l'**échange**, l'**intervention** et les **actes de langage**. Et quelques **éléments verbaux** pour le quatrième paragraphe.

1. L'interaction et l'interaction verbale

1.1. Les sources de l'interaction

Au fur et à mesure de l'évolution de cette discipline qu'est l'interaction, l'intégration progressive des théories pragmatiques dans le champ de la linguistique, s'est opérée sous deux formes essentielles : « la linguistique de l'énonciation et la théorie des actes de langage » (Kerbrat-Orecchioni, 1990 : 5).